

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Istilah kata Kafe berasal dari Bahasa Perancis yaitu “*Coffee*” yang berarti kopi (Oldenburg, 1999). Memang kafe secara harfiah berarti kopi, tetapi berubah dan berkembang menjadi tempat yang menjual minuman jenis lain dan makanan-makanan ringan, seperti pengertian kafe menurut *Dictionary of English and Culture, Longman* adalah restoran kecil (*Small Shops*) yang melayani dan menjual minuman dan makanan ringan, dan kafe biasanya digunakan untuk orang bersantai atau rileks (Longman, 2000). Di Indonesia kafe juga sering kali ditulis menjadi kafe, namun sebenarnya artinya sama saja hanya biasanya menurut orang penggunaan kata kafe lebih menarik dan lebih kekinian. Biasanya juga kafe adalah tempat yang nyaman dan buka hingga malam hari jika kita perhatikan di sekitar jalanan di Indonesia.

Kafe merupakan tempat yang di desain khusus untuk digunakan sebagai wadah bersosialisasi dan berinteraksi. Kafe akan dibuat senyaman mungkin agar pengunjung dapat menghabiskan waktunya di kafe untuk berbincang-bincang, bersantai sembari menikmati kopi, minuman lainnya dan juga makanan-makanan yang tersedia. Alasan konsumen berkunjung pun berbeda-beda ada yang datang karena mengincar makanan atau minuman yang sesuai selera mereka, menjadi wadah berkumpul dan bermain bareng bersama kerabatnya, bekerja atau mengerjakan tugas, bahkan bagi beberapa orang ke kafe juga membantu dalam mencari sebuah inspirasi atau belajar akan sebuah hal, Selain bertujuan untuk tempat bersosialisasi dan beberapa tujuan lainya, kafe juga biasanya memberi hiburan seperti *live music* untuk menghibur dan memeriahkan suasana kafe. Dalam mendesain kafe arsitek harus memperhatikan konsep dan desain kafe tersebut agar pengunjung tetap tertarik, tidak merasa bosan dan berpikir untuk berkunjung ulang. Oleh karena itu menganalisis segmentasi pasar dan penentuan target pasar sangatlah penting agar kafe tersebut dapat menarik perhatian target pasarnya, memenuhi kebutuhan, keinginan, dan selera mereka. Dalam menyesuaikan atau

mengubungkan konsumen dengan desain kafe pun memiliki cara yang unik dari setiap kafe yang ada di dunia.

Cikarang adalah sebuah kota di Kabupaten Bekasi. Kota Cikarang dikenal sebagai Kota Industri terbesar di Asia Tenggara. Cikarang dibagi menjadi 5 yaitu Cikarang Utara, Cikarang Selatan, Cikarang Barat, Cikarang Pusat, dan Cikarang Timur. Di Cikarang Selatan adalah salah satu kecamatan yang berkembang dengan pesat dikarenakan banyaknya industri di dalam dan di sekitar kecamatan ini. Di Kecamatan Cikarang Selatan kafe juga sudah mulai berkembang. Kafe di Cikarang Selatan pada umumnya dijadikan wadah untuk rileks, bersenang-senang, melepaskan penat, beristirahat sejenak dari pekerjaan, dan menghabiskan waktu bersama keluarga. Menurut pengamatan penulis hal ini terjadi dikarenakan biasanya Surabi Kasmara akan penuh dengan pengunjung pada jam-jam pulang kerja, dimana jam tersebut adalah waktu bersantai dan beristirahat dari kegiatan sehari-hari masyarakat Cikarang.

Kafe-kafe di Cikarang pun tentu memiliki cara yang berbeda-beda dalam menarik pengunjung. Seperti salah satu kafe di Cikarang Selatan yang bernama Surabi Kasmara. Pemilihan studi kasus Surabi Kasmara ini pun timbul karena ketertarikan penulis yang melihat Surabi Kasmara sangat mencolok saat melewati jalan raya Cikarang, hal tersebut dikarenakan sekelilingnya kebanyakan adalah warung, minimarket, klinik, hingga toko bangunan. Keingintahuan penulis pun membesar ketika melihat lebih dekat, ternyata Surabi Kasmara dikelilingi oleh *tenant* kecil seperti *foodcourt* sementara Surabi Kasmara berada di tengah-tengah dan menggunakan ruang terbanyak terlihat seperti sangat mendominasi di dalam tapaknya itu. Surabi Kasmara sangat ramai ketika malam tiba, pengunjungnya pun bermacam-macam, dimulai dari keluarga, anak-anak muda, pekerja kantoran, hingga komunitas-komunitas. Selain itu pemilihan studi kasus Surabi Kasmara juga dikarenakan keunikan target pasar yang mayoritas tidak lebih dari umur 25 tahun, karena Cikarang yang terkenal sebagai kota industri banyak penduduknya adalah pekerja di industri yang terdapat di Cikarang dan biasanya setelah umur 25 tahun mereka telah putus kontrak dan kembali ke kampung halaman masing-masing. Lalu bagaimana cara sebuah kafe yang berada di pinggir jalan raya ini dapat menarik banyak perhatian pengunjung ?

Penulis pun mengetahui ternyata dalam mendesain Surabi Kasmara arsitek menganalisis dulu lingkungannya seperti target pasarnya, kebutuhan dan keinginan penduduk di sekitarnya dan masih banyak lagi. Oleh karena itu dalam melihat segmentasi pasar penulis menelaah menggunakan metode segmentasi pasar dari Jerry W. Thomas (Thomas, 2019) dalam Jurnalnya yang berjudul *Market Segmentation*, Penggunaan metode ini juga bertujuan untuk proses dalam penentuan target pasar Surabi Kasmara yang nanti akan berfungsi sebagai fokus utama dalam mendesain kafe. Penelitian ini juga dimulai dengan melihat dari segi psikologis yaitu dengan 8 tahap perkembangan manusia menurut Erik Erikson, untuk melihat manfaat dan menentukan golongan-golongan penduduk di sekitar Surabi Kasmara dalam segmentasi pasar variabel usia (Erikson, 1998).

Penelitian ini dimaksudkan untuk membuktikan kolerasi antara Desain dan Target pasar dan memperlihatkan bahwa target pasar akan mempengaruhi desain sebuah kafe juga, lalu seberapa pentingkah hal tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Kafe Surabi Kasmara adalah salah satu kafe yang berada di Cikarang selatan. Dari penglihatan penulis Surabi Kasmara memiliki desain yang berbeda dari kafe di lingkungannya, yaitu Surabi Kasmara lebih berusaha membawa konsep warna-warna alami ke dalam bangunannya seperti membuat mural dedaunan, memberi rumput sintetis pada bagian lesehan atau sering disebut Kasmara room, dan memberi sentuhan kayu palet di beberapa bagian. Pada Malam hari pun Surabi Kasmara terlihat sangat mencolok dengan lampu-lampunya, keramaian pengunjung, hingga suara *live music* mereka. Pengunjung disana pun terlihat menikmati waktunya disana.

Dalam desain sebuah kafe tentunya tidak sembarang, karena mereka membutuhkan target pasar agar kafe tersebut dapat hidup dan berjalan dengan baik dalam bisnisnya. Selain itu bangunan akan terasa lebih hidup dan bermakna karena aktivitas yang terdapat di dalamnya. Surabi Kasmara yang terlihat sangat ramai ini ternyata berusaha menyesuaikan desain kafanya dengan target pasarnya agar

mereka tertarik dan merasa betah atau nyaman berada di Surabi Kasmara. Hal ini dapat menyimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah bahwa Surabi Kasmara membangun kafanya dengan memikirkan lingkungannya terutama target pasar mereka agar kafanya berhasil dalam bisnisnya dan tentunya untuk menghidupkan suasana di lingkungan tersebut. Hal ini pun membuktikan bahwa ternyata penentuan target pasar juga sangat mempengaruhi desain sebuah bangunan dan memperlihatkan manusia dan sebuah ruang itu akan selalu saling terkait dan menyatu. Berdasarkan rumusan masalah diatas berikut ini beberapa pertanyaan penelitiannya:

1. Siapa Target pasar Surabi Kasmara?
2. Bagaimana desain arsitektur kafe Surabi Kasmara menyesuaikan dengan selera dan kebutuhan target pasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengaruh Target Pasar Terhadap Desain Surabi Kasmara” ini bertujuan untuk menganalisis Target pasar Surabi Kasmara dan melihat hubungannya dengan desain bangunannya. Dengan demikian berikut beberapa tujuan pokoknya antara lain:

1. Mengetahui Hubungan atau keterkaitan antara target pasar dengan desain Surabi Kasmara
2. Mengetahui pentingnya analisis lingkungan dalam membuat desain bangunan

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam mendesain sebuah kafe. Penelitian ini juga diharapkan dapat menyampaikan pentingnya analisis atau penentuan target pasar dalam mendesain sebuah kafe dan memperlihatkan bahwa manusia sangat terhubung dan dapat mempengaruhi sebuah ruang dikarenakan

pada akhirnya ruang akan terlihat hidup dan memiliki makna karena manusia atau aktivitas di dalamnya.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh target pasar terhadap terciptanya desain bangunan. Melihat bagaimana cara kafe menyelaraskan target pasarnya dengan desain kafanya, seperti membuat desain yang cocok dan akan menarik perhatian konsumen terutama target pasarnya.

1.6 Sistematika Penelitian

- Sistematika penelitian akan disusun sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang yang diangkat pada penelitian. Latar belakang penelitian akan menjelaskan pengertian kafe, penggunaan kafe pada umumnya, dan kafe-kafe di cikarang, alasan pemilihan studi kasus dan penggunaan studi literatur yang berkaitan dengan penelitian. Lalu akan dijelaskan perumusan masalah yang akan menjadi bahan dan pertanyaan penelitian, penjabaran tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini yang menguraikan dan menjelaskan tentang kajian pustaka dari buku-buku ilmiah ataupun dari sumber lain yang mendukung penelitian ini. Dalam bab ini pun penulis juga menjelaskan beberapa teori yang berkaitan dengan analisis lingkungan, penentuan target pasar, perilaku manusia, hingga kenyamanan dalam sebuah bangunan. Penulis akan berusaha merangkum beberapa sudut pandang dari beberapa penulis atau penulis sebelumnya, dan nantinya akan dijadikan bahan untuk menganalisis topik skripsi ini.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab yang akan menguraikan identitas penelitian, metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, metode pengumpulan data yang terdiri dari teknik studi literatur, teknik observasi lapangan, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi. Metode akan digunakan sebagai penentu keberhasilan penelitian ini dengan penentuan jenis penelitian.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab yang menguraikan hasil dan analisis yang telah dilaksanakan selama proses penelitian. Berupa penjelasan mengenai studi kasus Surabi Kasmara yang desain dan penggunaannya seperti saling terhubung, dan bagaimana cara desain Surabi Kasmara menyesuaikan dengan target pasarnya agar lebih menarik perhatian dan membuat kenyamanan bagi konsumen.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah hasil dari seluruh pemikiran akhir yang berisi kesimpulan dari hasil analisis dan pemaknaan penelitian, dan saran-saran untuk objek penelitian.